

**МУНИЦИПАЛЬНОЕ АВТОНОМНОЕ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
«СРЕДНЯЯ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ШКОЛА № 17»  
(МАОУ СОШ № 17)**

---

Тюменская область, г.Тобольск 7А микрорайон, дом 6а, тел./факс 8 (3456) 39-48-66, E-mail: [schkola17@mail.ru](mailto:schkola17@mail.ru)

**РАССМОТРЕНО:**  
заседание методического  
объединения учителей,  
протокол от 24.08. 2016 № 1

**СОГЛАСОВАНО:**  
протокол методического  
совета от 26. 08. 2016 г. № 1

**УТВЕРЖДЕНО:**  
приказ МАОУ СОШ № 17  
от 29.08.2016 г. № 97-О



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**  
**элективного курса**  
**«Основы потребительской культуры»**

---

(наименование учебного предмета )

**ДЛЯ 10 (профильная группа) КЛАССА**

**НА 2016/2017 УЧЕБНЫЙ ГОД**

Составитель программы:  
Шулинина Людмила Михайловна,  
высшая квалификационная категория

Данный элективный курс «Основы потребительской культуры» является предметно-ориентированным и предназначен для реализации в 10 (профильном классе) для расширения экономических знаний.

Количество часов в неделю – 1, в год – 34

### **Цели курса:**

Формирование готовности молодежи к адаптации в изменяющихся условиях социально-экономической жизни, получение для этого соответствующих знаний старшеклассников знаний основ потребительской культуры, правил поведения и качеств культурного потребителя.

### **Задачи**

1. Освоение учащимися знаний рационального потребления, теории потребительского поведения и защиты прав потребителей.

2. Овладение умениями разумного выбора различных источников информации, товаров, услуг и навыками самозащиты на основе государственного законодательства.

3. Развитие логического и критического мышления, творческих способностей, толерантности, коммуникативных умений.

4. Воспитание важнейших качеств культурного потребителя: целеустремленности, настойчивости, выдержки, решительности, инициативности и самостоятельности, а также, организованности и уверенности.

5. Подготовка учащихся к успешной самостоятельной деятельности.

## **1. Требования к знаниям и умениям**

По окончании изучения элективного курса «Основы потребительских знаний», учащиеся должны:

- о способах воздействия бизнеса на потребителей, критически оценивать рекламную информацию;
- о правовых законодательных актах регулирующих права и защиту интересов потребителей;
- об органах по защите прав потребителей: арбитражный суд, Государственный Антимонопольный комитет, Госстандарт России, Госсанэпидемслужба России.

Знать/понимать:

- место и роль потребителей в рыночной экономике, природу и сущность потребностей человека;
- специфику взаимоотношений производителей и потребителей, продавцов и покупателей;
- основы теории потребительского поведения;
- свои права и обязанности как потребителей и куда следует обращаться в случае нарушения этих прав;
- современную систему штрихового кодирования;
- элементы маркировки на товарах.

## **2. Планируемые результаты обучения:**

Уметь применить знания на практике:

- разумно обосновывать свои потребности, соотносить свои потребности и возможности их удовлетворения;

- анализировать текущую информацию об изменениях в жизни общества;
- различать символы на упаковке товаров, этикетках, вкладышах, ярлыках, извлекать из них необходимую и важную для себя информацию;
- защищать свои права в случае их нарушения;
- решать ситуации, применяя закон РФ «О защите прав потребителей»;
- оформлять иски и заявления

### 3. Основное содержание курса:

Главным действующим лицом в предлагаемой программе является потребитель, поэтому в ней рассматриваются проблемы, которые решают потребители ежедневно, чтобы создать комфортные условия для жизни.

В программе восемь тем. В первой теме рассматривается сущность понятия «потребительская культура», уровни потребительской культуры, проблемы взаимодействия человека с окружающей средой, а также вопросы рационального потребления и питания.

Из второй темы учащиеся узнают о законе «О защите прав потребителей» и правах потребителей, получают сведения о классификации человеческих потребностей, психологии и суверенитете потребителя.

«Потребитель — король на рынке» — это третья тема программы, цель которой — познакомить учащихся с видами рынков, способами торговли и отдельными правилами продажи товаров.

При изучении четвертой темы учащимся предлагается поразмышлять над финансовыми проблемами потребителей. Большое значение имеет владение потребителем информацией о продавце (изготовителе, исполнителе), о предлагаемых им товарах (работах, услугах), поэтому в пятой теме рассматриваются доступные и необходимые для потребителя источники информации.

В следующих двух темах анализируется поведение потребителей при покупке товаров и при оказании услуг. Особое внимание необходимо обратить на такие вопросы, как поведение потребителей при покупке продуктов питания, одежды и обуви, сложной бытовой техники, использование прав потребителями в случае приобретения товара с недостатком и при обмене качественных товаров. Следует сосредоточить внимание на правах и обязанностях сторон (потребителей и исполнителей) в различных типах учреждений (служба быта, финансовые, коммунальные услуги, образовательные и медицинские учреждения и др.) Разъяснить учащимся, какую помощь потребителям могут оказать нотариус и страховое агентство.

Хорошо знать права потребителям чрезвычайно важно. Причем не просто знать, но и проявлять активность в их защите, поэтому завершает программу глава о защите прав потребителей, цель которой — познакомить учащихся с системой государственных органов и общественных организаций по защите прав потребителей, с оформлением необходимой документации, если дело дошло до судебного разбирательства. Примечательно, что все ответы на различные ситуации даются со ссылкой на конкретные статьи закона «О защите прав потребителей», соответствующие правовые и другие нормативные документы.

### 4. Тематическое планирование

№ п\п	Содержание курса	Количество часов
----------	------------------	---------------------

1	Кто такой потребитель и что он потребляет?	1
2	Экономические блага и за что мы платим	1
3	Экономические блага и за что мы платим	1
4	Как мы платим. Виды расчетов	1
5	Потребитель и рынок-кто для кого существует?	1
6	Социальные группы и их особенности потребления	1
7	Личный и семейный бюджет	1
8	Потребительское поведение и потребительский выбор	1
9	Психология потребителя	1
10	"Общество потребления" и его особенности	1
11	Потребительская культура как актуальная проблема современного общества	1
12	Экологическое потребление	1
13	Информация о товарах и услугах	1
14	Информация о товарах и услугах	1
15	Реклама как экономическое явление	1
16	Психологические аспекты рекламы	1
17	Реклама как информация о товаре	1
18	Способы приобретения товаров и услуг	1
19	Способы приобретения товаров и услуг	1
20	Искусство покупать	1
21	Потребительская культура в сфере услуг	1
22	Законодательство РФ о потребителе	1
23	Правила торговли	1
24	Виды и способы торговли	1
25	Продажа товаров и кредит. Комиссионная торговли	1
26	Продажа товаров по образцам и на дому у покупателей	1
27	Продажа товаров по образцам и на дому у покупателей	1
28	Правила обмена и возврата	1
29	Виды нарушений прав потребителей	1
30	Кто и как защищает права потребителей	1

<b>31</b>	Организации по защите прав потребителей	1
<b>32</b>	Разумные расходы — статья доходов	1
<b>33</b>	Рациональный бюджет школьника	1
<b>34</b>	Каждый платит налоги	1

### Литература:

1. Сборник программно-методических материалов по экономике и праву для общеобразовательных учреждений/Сост.Л.Н.Поташева. -3-е изд.- М.: ВИТА-ПРЕСС,2008
2. Основы потребительской культуры: Учебник для старших классов общеобразовательных учрежд./ Симоненко В.Д., Степченко Т.А. – 3-е изд.-М.: ВИТА-ПРЕСС, 2008
3. Основы потребительской культуры: Методическое пособие/ Симоненко В.Д., Степченко Т.А. – 2-е изд.-М.: ВИТА-ПРЕСС, 2007
4. Основы потребительской культуры: Практикум/ Симоненко В.Д., Степченко Т.А. – 2-е изд.-М.: ВИТА-ПРЕСС, 2004
5. Основы потребительской культуры: Хрестоматия/ Симоненко В.Д., Степченко Т.А. – 2-е изд.-М.: ВИТА-ПРЕСС, 2004
6. Основы потребительской культуры: Рабочая тетрадь/ Н. В. Васильева – 2-е изд.-М.: ВИТА-ПРЕСС, 2007